

3. Таратудың қарқындылығын анықтау. Ол – өткізу жүйесі қамтамасыз ететін нарықты қамту дәрежесі.

4. Анықталған критерийлер негізінде нақты делдалдарды іріктеп тандап алу (фирманың шамасы, оның мекен-тұрағы, тәжірибесі және т.б.) [3].

Қорытынды

Эксклюзивті өткізуде өндіруші жеке делдалға осы географиялық ауданды өткізу құқығын береді және сол аймақта көтерме, бөлшек саудагердің санын шектейді. Эксклюзивті тарату қызмет көрсетуді талап ететін (автомобиль Rolls-Royce, Lexus) ірі тұрмыстық құралдар, немесе сапалық мәртебені ерекшелейтін (асыл бұйымдар, кутюр киімдері, мысалы, Армани, Кристиан Диор) тұтыну тауарлары саудасында ең көп тараған.

Фирма өткізу арнасының қызметін бақылай отырып, пайданың сату көлемі көп болмаса да пайда үлесін алады. Бұл өткізу стратегиясын өндіруші өз тауарын жоғары сапалы белгілі ретінде саралағысы келгенде қолдану тиімді болады. Мысалы қазақстандық «Бүтя» фирмасына «Gillette», «Adidas», «Reebok» және тағы басқа өндірушілер өз өнімдерін сатып, өткізуге эксклюзивті дистрибьютор құқығын берді.

Қазақстандағы қызмет түрлерінің интеграциясы, өндірістік-коммерциялық компаниялардың, өнеркәсіптік-қаржылық топтардың пайда болуына себеп болды. Бұл өзгерістер дәстүрлі өткізу арналарының сипатын өзгертті.

Уақыт - әділ қазы, көш- жүре дегендей дамушы елдерінің де өз реформалалын сәтті аяқтары хақ. Сол қатарда Қазақстанның да аяғынан тік тұрып саяси және экономикалық дербестігін толық қолына алып, өркениетті елдер қатарына қосыла алаттынына кәміл сенемін.

Қолданылатын әдебиеттер тізімі

1 Тойкин С.Х., Жайнақова Ә.Т., Тәмпішова Қ.Б. Маркетинг негіздері: Оқулық. - Астана: Фолиант, 2007. - 256 б.

2 Казанцев А.К., Крупанин А.А. Менеджмент в предпринимательстве: Уч.пос. – М.: ИНФРА-М, 2003.-230 с.

3 Учебник /Под ред. А.Г. Грязновой, Т.В. Чечелевой. Экономическая теория: - М.: Изд-во «Экзамен», 2004.

МРНТИ: 06.81.55

Н.А.Шквыря¹

¹Таврический государственный агротехнологический университет

Обоснование выбора маркетинговой стратегии предприятия

Түйіндеме. Сүт өңдеу саласының кәсіпорындарын стратегиялық талдау әдістемесі ұсынылды. Стратегиялық әдістердің көмегімен кәсіпорынның ықтимал маркетингтік стратегиялары анықталды. Кәсіпорын дамуының негізгі бағыттары анықталды.

Аннотация. Предложена методика стратегического анализа предприятия молокоперерабатывающей отрасли. С помощью стратегических методов определены возможные маркетинговые стратегии предприятия. Выявлены основные направления развития предприятия.

Abstract. The method of strategic analysis of the enterprise of the milk-processing industry is proposed. Strategic methods have identified possible marketing strategies for the enterprise. The basic directions of the enterprise development are revealed.

Түйін сөздер: Маркетингтік стратегия, Стратегиялық талдау, маркетингтік зерттеулер, стратегиялық жағдай, бәсекелестік артықшылықтары, саланың тартымдылығы, сүт өнімдерінің нарығы.

Ключевые слова: Маркетинговая стратегия, стратегический анализ, маркетинговые исследования, стратегическое положение, конкурентные преимущества, привлекательность отрасли, рынок молочной продукции.

Key words: Marketing strategy, strategic analysis, marketing research, strategic situation, competitive advantages, industry attraction, dairy market.

Введение

Исследование практики деятельности отечественных предприятий показало, что значительная часть из них работает без определенной заранее стратегии своего развития, что приводит к отсутствию целевых ориентиров в принятии производственных, маркетинговых, финансовых и других управленческих решений. Отсутствие четко определенной стратегии ослабляет позиции предприятия в конкурентной борьбе, особенно в случае выхода предприятия на внешние рынки сбыта. Среди причин такого положения является отсутствие традиции и опыта стратегического планирования отечественных предприятий, а также нехватка кадров соответствующей квалификации для осуществления управленческих действий. Поэтому у руководства предприятий стоит задача, выполнение которой предполагает последовательность определенных шагов, таких как: формирование целей, анализ внешней и внутренней среды, выбор лучшей из стратегических альтернатив, разработка комплекса мероприятий по ее реализации.

Объект и методика

Объектом исследования является процесс разработки и внедрения маркетинговой стратегии предприятия ЧАО «Комбинат «Приднепровский», которое специализируется на производстве молочной продукции. Главной целью данной работы является маркетинговое исследование особенностей применения методов стратегического анализа при разработке маркетинговой стратегии предприятия.

В процессе исследования применялись такие методы, как анализа и синтеза, экспертных оценок, анкетирования, стратегического анализа – SPACE, Shell/DPM, Mc/Kinsey, Ансоффа.

Результаты исследований

Для определения стратегического положения ЧАО «Комбинат «Приднепровский» на рынке молочной продукции используем метод SPACE-анализа. Метод SPACE представляет собой комплексный метод, предназначенный для анализа позиций на рынке и выбора оптимальной стратегии предприятий.

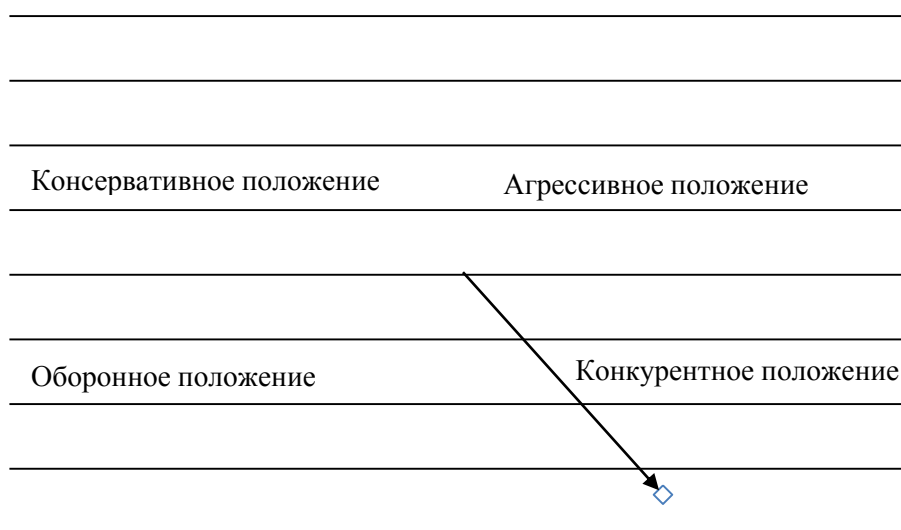


Рисунок 1 – Матрица SPACE для ЧАО «Комбинат «Приднепровский»

Результаты проведения SPACE анализа (рисунок 1) показали, что ЧАО «Комбинат «Приднепровский» находится в конкурентном стратегическом положении на рынке молоч-

ной продукции. Предприятие находится в привлекательной отрасли и имеет конкурентные преимущества, но находится в нестабильной маркетинговой среде. Необходимо улучшать финансовое состояние предприятия и уменьшать угрозы со стороны макросреды, связанные с потерей финансирования.

В данном конкурентном положении для предприятия наиболее эффективными будут следующие стратегические ориентиры - развитие сбытовой сети, увеличение объемов реализации молочной продукции за счет улучшения качества и расширения ассортимента молочной продукции.

Следующей моделью для обоснования выбора маркетинговой стратегий ЧАО «Комбинат «Приднепровский» на рынке молочной продукции является матрица Mc/Kinsey. Автором проведены расчеты факторов привлекательности рынка молочной продукции и его конкурентоспособности, с помощью экспертного метода определены взвешенные оценки каждого фактора. В результате получили высокую привлекательность рынка и среднюю конкурентоспособность молочной продукции предприятия. Это соответствует стратегии проникновения на рынок (стратегия развития), сущность которой заключается в усилении слабых позиций, поиска сегмента, где можно найти лидирующие позиции, повышении конкурентных преимуществ за счет улучшения качества продукции и снижения цены.

Определим вероятность реализации определенного вида маркетинговых стратегий по матрице Ансоффа - таблица 1

Таблица 1 – Матрица Ансоффа для ЧАО «Комбинат «Приднепровский»

Вариант стратегии	Возможность	Описание
Стратегия проникновения	Возможна	Есть все шансы для реализации данной стратегии на предприятии. Несмотря на низкие возможности для дополнительного инвестирования, необходимо постепенно усиливать конкурентные преимущества продукции, совершенствовать коммуникационную и сбытовую политику предприятия для увеличения объемов потребления молочной продукции и роста доли рынка
Стратегия развития рынка	Вероятна	Экспорт молочной продукции, выход на новые территориальные рынки сбыта, новые сегменты рынка за счет повышения конкурентоспособности продукции и расширения ассортимента
Стратегия развития товара	Вероятна	Повышение качества товара, разработка новой упаковки. Предприятие обладает всеми ресурсами для расширения ассортимента молочной продукции
Стратегия диверсификации	Невозможна	У предприятия есть возможности роста на текущих рынках с помощью текущей и новой продукции. Диверсифицировать портфель не рекомендуется.

Стратегический анализ с помощью матрицы Ансоффа (таблица 2) показал, что наиболее эффективной стратегией для анализируемого предприятия является стратегия проникновения на рынок.

Стратегия проникновения предусматривает следующие мероприятия - усиление конкурентных преимуществ молочной продукции, увеличения ее потребления, развитие коммуникационной политики предприятия, рост объемов реализации продукции за счет выхода на новые сегменты рынка.

Матрица направленной политики Shell/DPM для ЧАО «Комбинат «Приднепровский» на рынке молочной продукции представлена на рисунке 2.

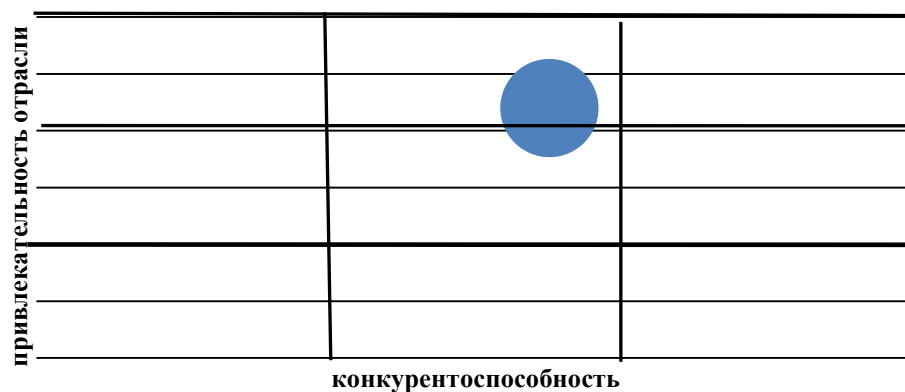


Рисунок 2 - Определение маркетинговой стратегии ЧАО «Комбинат «Приднепровский» с помощью метода Shell/DPM

По результатам применения модели Shell/DPM выявили, что ЧАО «Комбинат «Приднепровский» занимает позицию «Стратегия усиления конкурентных преимуществ» - предприятие занимает средние позиции в привлекательной отрасли. Поскольку доля рынка, качество продукции, а также имидж являются достаточно высокими, то предприятие может превратиться в лидера, если эффективно будет использовать свои ресурсы и возможности. Возможные стратегические ориентиры: инвестирование в расширение производства, увеличение экспорта молочной продукции, совершенствование ценовой политики предприятия.

В результате проведенного стратегического анализа молокоперерабатывающего определены возможные маркетинговые стратегии - таблица 2.

Таблица 2 – Результаты стратегического анализа и рекомендованные маркетинговые стратегии для ЧАО «Комбинат «Приднепровский»

Метод стратегического анализа	Маркетинговая стратегия	Возможное направление стратегического развития
McKinsey	Стратегия проникновения на рынок	Усиление слабых позиций, увеличение объемов реализации продукции, усиление конкурентных преимуществ продукции
SPACE анализ	Конкурентное положение	Развитие сбытовой сети, увеличение объемов реализации молочной продукции за счет улучшения качества и расширения ассортимента молочной продукции.
Матрица Ансоффа	Стратегия проникновения на рынок	Усиление конкурентных преимуществ продукции, развитие коммуникационной политики предприятия, увеличение объемов реализации продукции за счет совершенствования коммуникационной политики предприятия
Shell/DPM	Стратегия усиления конкурентных преимуществ	Увеличение инвестирования при одновременном детальном анализе инвестиций, усиление конкурентных преимуществ продукции, совершенствование коммуникационной политики предприятия

Выводы

Оценивая сводные результаты стратегического анализа предприятия, а также его возможности и сильные стороны определили, что для ЧАО «Комбинат «Приднепровский» наиболее эффективными и перспективными являются маркетинговые стратегии проникновения на рынок и усиления конкурентных преимуществ, которые направлены на постоянный рост доли рынка предприятия на рынке. Для предприятия рекомендуются следующие стратегические направления - развитие сбытовой сети, увеличение объемов реализации за счет улучшения качества и расширения ассортимента молочной продукции, усиление конкурентных преимуществ, совершенствование коммуникационной политики предприятия.

Список литературных источников

- 1 Григор, А. В. Исследование инструментальных стратегий маркетинга / А. В. Григор // Актуальні проблеми економіки. – 2005. – № 2 (44). – С. 47-52.
- 2 Ивакина И. Стратегический анализ / И.Ивакина. – Харьков: Фактор, 2008. – 244с
- 3 Куденко, Н. В. Стратегічний маркетинг : навч. посібн. / Н. В. Куденко. – К. : КНЕУ, 2005. – 152 с.
- 4 Левик, І. С. Інструментарій стратегічного аналізу: класифікація, переваги та недоліки використання / І. С. Левик // Наука й економіка. – № 2(18). – 2010. – С. 132-138.
- 5 Хасси, Д. Стратегия и планирование : путеводитель менеджера / Д. Хасси. – СПб. : Питер, 2001. – 378 с.

МРНТИ 10.77.01

Р.Ж. Лобанская¹, Р.А. Притула¹

¹Костанайский инженерно-экономический университет им. М. Дулатова
Костанай, Казахстан

Основы коррупционных проявлений и антикоррупционной политики Казахстана

Түйіндеме: Жемқорлық ұзақ эволюция барысында қалыптасатын адами қасиеттерді құрметтеуді, әділдікті, тұлғаның тәуелсіздігін, теңдік принципіне негізделген прогрессивті даму механизмдерін бұзады. Жемқорлықтың болуы қоғамға зиянын келтіреді.

Аннотация: Коррупция разрушает механизмы прогрессивного развития, основанные на принципах равенства, независимости личности, справедливости, уважения человеческого достоинства, сформированных в ходе длительной эволюции. Коррупционные проявления подрывают социум.

Abstract: Corruption destroys the mechanisms of progressive development based on the principles of equality, independence of the individual, justice, respect for human dignity, formed during a long evolution. Corruption manifestations undermine society.

Түйін сөздер: жемқорлық, қауіп, механизм, даму, принциптер, қалыптастыру, адами қасиеттер, органдар, үкімет, мекеме, кәсіпорын, басым бағыттар, мемлекеттік саясат, қарсы әрекеттер.

Ключевые слова: коррупция, угроза, механизм, развитие, принципы, формирование, человеческое достоинство, органы, власть, учреждения, предприятия, приоритетные направления, государственная политика, противодействия.

Key words: corruption, threat, mechanism, development, principles, formation, human dignity, organs, authorities, institutions, enterprises, priority directions, state policy, counteraction.

Введение

Коррупция разрушает механизмы прогрессивного развития, основанные на принципах равенства, независимости личности, справедливости, уважения человеческого достоинства,